

## **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОСПРИЯТИЯ ФУТБОЛЬНЫХ ФАНАТОВ**

**Гизуллина А.В.,**

*Старший преподаватель кафедры клинической психологии и психофизиологии  
УрФУ, gizullina@yandex.ru*

**Дихорь В.А.,**

*Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н.  
Ельцина,*

*Екатеринбург, Российская Федерация, dikhviktoria@mail.ru*

*Статья посвящена проблеме формирования различных стереотипных образов фаната у незнакомых с ними людей. Подобные представления во многом основаны на образе фаната в СМИ, общественных мнениях, кинофильмах, песнях и прочих источниках. Респонденты, в отличие от тех, кто лично знаком с фанатской средой, без примеси личного опыта описывают футбольных фанатов. Следовательно, данная выборка поможет наиболее точно понять отношение властей, средств массовой информации, а также медиа индустрии к околофутбольной среде.*

**Ключевые слова:** *футбольный фанат, стереотипы восприятия, спортивная психология, социально психологические установки, предубеждения.*

## **PSYCHOLOGICAL FEATURES OF PERCEPTION OF FOOTBALL FANS**

**Gizullina A.V.,**

*Senior Lecturer, Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia,  
gizullina@yandex.ru*

**Dihor Victoria**

*Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia, dikhviktoria@mail.ru*

*The article deals with the formation of various stereotypical images from the fan not familiar with them people. Such perceptions are largely based on the image of a fan in the media, public opinion, movies, songs and other sources. Respondents, in contrast to those who are personally familiar with fan-environment, without any admixture of personal experience describe football fans. Therefore, this sample will help more accurately understand the attitude of the authorities, the media for this football environment.*

**Keywords:** *football fans, stereotypes of perception, sports psychology, social attitudes, prejudices.*

Одной из наиболее актуальных проблем в преддверии Чемпионата мира 2018 года по футболу в России стало неадекватное отношение к футбольным фанатам. С каждым годом их количество увеличивается не только в крупных мегаполисах, но и в отдаленных уголках страны [2]. К сожалению, основываясь на исследованиях 2011-2012 годов, выявлено, что фанатов общество боится, считает опасными и неадекватными [1]. С подобной динамикой к 2018 году, когда в Россию приедут сотни тысяч фанатов со всего мира, наше общество будет не способно реагировать дружелюбно, без негативной окраски и преждевременного осуждения. Такое положение дел, несомненно, скажется на статусе России как футбольной державы.

Для решения данной проблемы министерство спорта активно стало популяризировать футбол как вид спорта, поощрять фанатские боленья и даже способствовать взаимодействию фанатов друг с другом. В последние годы в нашем кинопрокате начали выходить российские фильмы про футбол («Матч», 2012, «Около футбола», 2013), что также активно пропагандирует игру с мячом как прекрасное и массовое занятие. Многие представители эстрады, политики, искусства, спорта стали активно поддерживать различные футбольные клубы и особенно сборную [4]. Министерство различными способами старается изменить отношение к фанатам с подозрительно негативного на более одобряюще позитивное. До мундиаля осталось всего 3 года, а, значит, стереотипы восприятия представителей фанатского движения необходимо менять незамедлительно, чтобы создать новые более адекватные и объективные представления.

### **Цели, методика исследования, выборка респондентов.**

Для понимания общего представления о футбольных фанатах проведено исследование в 2014 году на базе факультета психологии, целью которого было создание стереотипного образа фаната у мужчин и женщин, не взаимодействующих с фанатским движением. Респондентам предлагалось пройти опросник диагностики межличностных отношений Т.Лири [3]. Методика предназначена для измерения степени выраженности следующих свойств, которые проявляются в межличностных отношениях:

1. Доминантность, склонность к руководству, лидерству.
2. Уверенность в себе, состоятельность.
3. Непреклонность, воля, настойчивость, консерватизм.
4. Независимость, отчужденность, холодность, дистанция в общении.
5. Зависимость, подчиненность, неспособенность.
6. Неуверенность в себе, незрелость, несамостоятельность.
7. Общительность, уживчивость, ориентация на мнение окружающих.
8. Отзывчивость, самопожертвование, альтруизм.

Степень выраженности каждого свойства оценивается по 16-балльной шкале. В данном исследовании тест использовался в новом варианте: из 128

качеств выбрать те, которые, по мнению участников, соответствовали среднестатистическому российскому футбольному фанату. Этот перечень характеристик позволил сформировать наиболее полное представление о фанатах.

В исследовании приняло участие 46 человек, из которых 28 девушек и 18 юношей. Значительно сложнее было найти мужчин, которые никогда не взаимодействовали с фанатской средой и никак не общались с ее представителями.

### Результаты и их анализ

Полученные данные были обработаны с помощью инструментов математической статистики для исследования достоверности различий по определенным критериям.

На Таблице 1 видно, что все респонденты показали не очень высокие результаты практически по всем шкалам, но все же шкалы АГР, ЭГО и АВТ оказались выражены сильнее всего. Это свидетельствует о том, что незнакомые с фанатской средой, опрошенные считают фанатов агрессивными, эгоистичными и авторитарными. При этом самый низкий результат был по шкале ПОДЧИН, что указывает на предположительно слабый уровень конформности у фанатов.

Таблица 1

**Средние значения свойств межличностных отношений у респондентов (по тесту ДМО Т.Лири)**

	АВТ	ЭГО	АГР	ПОДОЗ	ПОДЧИН	ЗАВ	ДРУЖ	АЛЬ
Девушки незнакомые	3,11	3,36	4,11	2,64	0,86	1,68	1,32	1,07
Юноши незнакомые	4,50	4,88	4,13	3,00	1,50	3,13	2,00	1,50
Общее	3,03	3,36	4,19	2,64	0,81	1,68	1,42	1,07

Однако при анализе значений у юношей и девушек заметны различия: молодые люди воспринимают фанатов как значительно более агрессивных, авторитарных и эгоистичных, чем женщины. Возможно, подобная разница объясняется более радикальной оценкой фанатов мужчинами и сформированным негативным стереотипом.

Таблица 2

**Корреляции Пирсона между свойствами межличностных отношений**

	Авторитар	Эгоистич	Агрессив	Подозрит	Подчин	Зависим	Дружелюб
Авторитарный	1,00						
Эгоистичный	0,498*	1,00					
Агрессивный	0,447*	0,762*	1,00				
Подозрительный	0,409**	0,751*	0,719*	1,00			
Подчиняемый	-0,29	-0,06	0,03	0,05	1,00		
Зависимый	-0,11	0,19	0,11	0,25	0,13	1,00	

Дружелюбный	0,07	0,23	0,05	0,20	0,07	0,638*	1,00
Альтруистический	-0,22	-0,18	-0,16	0,01	0,23	0,21	0,28

Примечание: \* - уровень достоверности 99%, \*\* - уровень достоверности 95%

По результатам корреляционной матрицы (Таблица 2) заметно, что в оценках психологических характеристик фанатов ярко проявился только 1 блок достоверных положительных связей - агрессия, авторитарность, эгоизм. Такие результаты свидетельствуют об однозначных и простых стереотипах восприятия у тех, кто не знаком лично с футбольными фанатами. У опрошенных существует довольно ограниченный и упрощенный негативный образ, на котором основаны все их представления о фанатской среде.

### Выводы

При анализе полученных результатов сформулированы основные выводы:

- незнакомые респонденты довольно узко и однообразно воспринимают футбольных фанатов;
- и мужчины, и женщины выделяют у фанатов выраженную агрессивность, эгоизм и авторитарность, что составляет лишь негативный портрет представителя около футбольного движения;
- мужчины описывают фанатов намного авторитарнее, агрессивнее и эгоистичнее, чем девушки;
- девушки более ровно разделились между шкалами, что свидетельствует о не таком негативном стереотипе, как у мужчин, а лишь о подобной тенденции в восприятии;
- стереотипы респондентов основаны либо на малом количестве информации, либо на однонаправленном мнении, о чем свидетельствуют полученные простые представления.

### Заключение

Основываясь на полученных данных, отметим, что сформировавшийся негативный образ не является сложным и многообразным, следовательно, он строился на недостаточном однонаправленном материале (возможно, во многом из средств массовой информации).

Таким образом, подобный стереотип можно изменить на более объективный. Для этого до Чемпионата Мира 2018 необходимо увеличить информированность общества о фанатской среде, сделать околофутбольный мир более открытым и понятным. чтобы к приезду почитателей футбола со всего мира наше общество было готово адекватно их принять.

### **Литература:**

1. Дихорь В.А. Психологические аспекты адаптации футбольного фаната в современном социуме. // Безопасность и адаптация человека к экстремальным условиям среды и деятельности. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. / Под редакцией Е. В. Елисеева, Е. Г. Кокоревой, В. Д. Иванова. Челябинск, 2014. С. 278-283.
2. Платова, Е.В. Феномен подросткового фанатизма: (на примере футбольных фанатов) / Е. В. Платова // Психология и школа. – 2006. – № 4. –С. 39-52.
3. Собчик Л.Н. Метод диагностики межличностных отношений (адаптированный вариант интерперсональной диагностики Т. Лири): Методическое руководство / Л. Н. Собчик. Москва, 1990.
4. Скворцова, Е.В. Психосоциальные характеристики футбольных фанатов как субъектов глобализационного сообщества / Е.В.Скворцова //Экспериментальная психология. – 2011. – № 2. – С. 79-87.